

Carvalho, A., E. Pereira, & R. Cabecinhas (2011) 'O trabalho de produção jornalística e a mediatização das alterações climáticas' in A. Carvalho (org.) *As Alterações Climáticas, os Media e os Cidadãos*, pp. 145-173, Coimbra: Grácio Editor.

Capítulo 6

O trabalho de produção jornalística e a mediatização das alterações climáticas

Anabela Carvalho, Eulália Pereira e Rosa Cabecinhas

Resumo

A produção jornalística envolve procedimentos de selecção, pesquisa e reconstrução discursiva da realidade. Este capítulo analisa o trabalho jornalístico associado à mediatização das alterações climáticas. Através de entrevistas e de grupos focais, procurámos compreender o modo como a comunidade jornalística vê a questão das alterações climáticas e os factores que influenciam a sua cobertura. Como é que os critérios de selecção, as normas jornalísticas e as rotinas profissionais condicionam a produção jornalística e moldam o discurso mediático sobre alterações climáticas? Como é que os jornalistas percebem as suas relações com as fontes, ou seja, os vários actores sociais com relevância para a análise das alterações climáticas? Qual o peso da organização mediática e da sua cultura no exercício do jornalismo sobre esta questão? Estas são as principais questões a que este capítulo procura responder.

1. Introdução

Aquilo que recebemos regularmente sob o rótulo de 'notícias' é o resultado de um conjunto de escolhas e operações feitas por organizações e indivíduos específicos em contextos e circunstâncias concretas. A produção jornalística envolve procedimentos de selecção de alguns temas e questões em detrimento de tudo o resto que constitui a realidade num determinado momento, seguindo-se-lhe a recolha de informação e a sua reconstrução no discurso característico dos media.

As alterações climáticas são uma questão multi-dimensional e complexa que coloca vários desafios em termos jornalísticos. O capítulo anterior ofereceu uma perspectiva geral da forma como diferentes media portugueses representam a questão. Este capítulo centra-se sobre o trabalho que dá origem a essas representações.

Nos processos de produção de informação, o papel dos jornalistas é, obviamente, muito importante. Jornalistas e editores produzem discursos em torno das alterações climáticas que, sendo

motivadas, pelo menos em parte, pelos discursos de diferentes actores sociais, são uma construção simbólica inédita. Assim, o sentido associado à questão nos media depende, em grande medida, dos seus profissionais e, portanto, dos seus valores, formação e experiência. A relação do jornalista com determinados sujeitos e organizações que constitui em fontes é, também, um factor crucial para a sua análise do mundo. No entanto, o jornalista não é completamente livre, na medida em que realiza o seu trabalho dentro de organizações específicas que têm modos de funcionamento, lógicas e culturas próprias que marcam, de múltiplas formas, o exercício profissional.

Como é que os jornalistas vêem a questão das alterações climáticas e lidam com as suas especificidades em termos jornalísticos? De que forma é que os critérios de noticiabilidade, as normas jornalísticas e as rotinas profissionais condicionam a produção noticiosa e moldam o discurso mediático sobre alterações climáticas? Como é que os jornalistas percebem as suas relações com as fontes, ou seja, os vários actores sociais com relevância para a análise das alterações climáticas? Qual o peso da organização mediática e da sua cultura no exercício do jornalismo sobre esta questão? Estas são algumas das questões a que este capítulo vai procurar responder.

O capítulo abre com uma revisão da investigação sobre a produção jornalística em matérias ambientais e, mais concretamente, as alterações climáticas. De seguida, será explicada a metodologia adoptada neste estudo e analisadas as percepções dos participantes.

2. Media, jornalistas e ambiente

A 'sociologia da produção noticiosa' tem entre as suas referências fundacionais os trabalhos de Gaye Tuchman (1973; 1979) e de Herbert Gans (1979). Tuchman relevou a importância das normas jornalísticas e do recurso a procedimentos estandardizados para 'rotinizar o inesperado' (1973) que é a realidade em constante fluxo e mutação. Duas décadas antes, David Manning White (1950) observara o processo de 'gate-keeping' que ocorre nas redacções jornalísticas realçando o papel do indivíduo nesse acto selectivo. Tal como Tuchman, Gans colocou a tónica em factores organizacionais, tais como os critérios intersubjectivos para 'decidir o que é notícia' (1979).

Vários estudos têm demonstrado que os critérios de noticiabilidade utilizados pelos jornalistas e outros profissionais dos media na selecção de notícias sobre temas científicos e ambientais são os mesmos que noutras áreas (e.g. Mazur & Lee, 1993; Hansen, 1994). Novidade, controvérsia e proximidade geográfica são exemplos de alguns dos mais importantes 'news values', em que a relevância para o leitor ou o 'interesse humano' tende a ocupar lugar cimeiro. Num estudo sobre jornalismo ambiental no Canadá, Einsiedel & Coughlan (1993: 137-8) constataram o seguinte: '[environmental reporters] considered themselves reporters first, environmental reporters second. The majority seemed to think the routines of newswork served them well. That is, for most hard news stories, accuracy and balance were considered key to doing a good job'. O impacto das normas jornalísticas, como o equilíbrio (Boykoff & Boykoff, 2004), a personalização e o dramatismo (Boykoff, 2007), na cobertura mediática das alterações climáticas foi também já sublinhado por outros autores.

Num estudo baseado num conjunto de workshops com editores da BBC e especialistas em questões ambientais, Joe Smith (2005: 1477) oferece o seguinte exemplo que por ser muito ilustrativo

dos desafios e dificuldades no tratamento jornalístico das alterações climáticas justifica a citação alargada:

'In most areas of reporting journalists refuse to tell stories in the abstract, and the climate change dimensions of a story can be cut out, having been considered too complicated, or too uncertain. Alternatively, the scope of climate-change-related issues may be narrowed by journalistic practices. Commonly, the force of the specific story might be very visual, including perhaps a flood, storm, landslide, or drought, or politically immediate, such as a fuel tax protest or new jobs/job loss story, and the cross-cutting and long-term nature of the wider issues will be obscured. Discussion in the workshops (Sustainability, 2001) of the case of the Mozambican woman, Sofia Pedro, who gave birth to a baby daughter in a tree during a period of serious flooding in March 2000, was particularly revealing for the opportunity it gave editors to explain their decision making. They talked about why the "human fortitude in the face of cruel nature" story was an easier and better story to tell than the connections that might have been drawn between the devastated communities and possible impacts of processes of climate change. It was an emotionally engaging narrative, and a good "picture story." When challenged by climate change scientists and campaigners editors turned the charge around. They asked for ways that their understanding of global environmental change processes that link in uncertain and unpredictable ways to dangers such as flooding could be told engagingly in a 2 ½ -minute broadcast story. The response from specialists was muted (working groups, Sustainability, 2001).'

De facto, enquanto alguns problemas ambientais, tais como os desastres com navios petroleiros, têm uma inserção clara num determinado espaço-tempo, outros problemas são mais difusos em termos do espaço, do tempo e da responsabilidade pela sua origem, bem como em termos das suas expressões ou impactos. Smith (2005: 1477) refere-se ao caso das alterações climáticas nos seguintes termos: 'Editors have great difficulty placing climate change; an issue that not only spans these scales and categories but also is constituted by interactions between them.' Nestes casos, a investigação tem sugerido que o jornalismo ambiental se orienta tipicamente para a busca de 'eventos', ou seja ocorrências claramente identificáveis. Por exemplo, Wikins & Patterson (1990) notaram que, para se tornarem notícia, riscos ambientais com um desenvolvimento lento, como as chuvas ácidas, a destruição da camada de ozono e o efeito de estufa, tinham que 'encontrar um evento'. Num estudo mais recente com jornalistas ambientais, Sachsman, Simon & Valenti (2004) concluíram que estes tendem a colocar uma maior ênfase nas manifestações dos problemas ambientais do que na investigação científica e nos contextos complexos que estão na sua origem.

Wilson (2000) demonstrou que os jornalistas têm níveis de conhecimento relativamente baixos da questão das alterações climáticas e que a sua compreensão da questão é limitada. Na amostra estudada, os resultados foram significativamente melhores entre jornalistas especializados em ciência e em ambiente.

As alterações climáticas inscrevem-se fortemente no 'status quo' económico e social dominante no mundo industrializado e as mudanças requeridas para lidar com o problema são vistas por muitos como indesejáveis. Os estudos dos media têm demonstrado a importância dos valores e das posições ideológicas no tratamento jornalístico da questão (Wilkins, 1993; Carvalho, 2007) mas falta investigação que se debruce sobre os próprios jornalistas e os seus modos de pensar e de funcionar. Smith (2005: 1478) afirma que os profissionais dos media reconhecem a relação de múltiplas vertentes dos problemas ambientais com valores políticos, culturais e éticos mas procuram evitar assumir posições normativas, funcionando com base naquilo que designa como 'myth of detachment'.

No seu estudo sobre jornalistas ambientais, Sachsman, Simon & Valenti (2004) apontaram o

trabalho de Slovic et al. (2002) sobre o modo como o 'afecto' pode condicionar as percepções de risco. Os jornalistas tomam decisões baseados na 'intuição' ou no 'instinto', e a 'heurística do afecto' pode influenciar o modo como avaliam a noticiabilidade de uma questão, a sua relação com as fontes e o modo como constroem a narrativa jornalística sobre um problema. No entanto, os jornalistas não tomam decisões de forma autónoma. O trabalho de produção jornalística é fortemente moldado por factores organizacionais, tais como a propriedade dos diferentes media, as estruturas de poder em cada empresa mediática e a sua política editorial. Carvalho (2007) demonstrou que a orientação político-ideológica dos media estrutura o discurso aí dominante sobre alterações climáticas, sendo que, por exemplo, num jornal conservador como o *The Times* britânico, as alterações climáticas (que em muitos aspectos poderiam constituir uma ameaça ao status quo) foram, durante um longo período, representadas de forma relativamente céptica. A percepção que cada órgão de comunicação social tem dos seus públicos é, também, uma importante condicionante do discurso jornalístico, ligando-se, aliás, com a política editorial.

Sendo em muitos aspectos auto-referenciais (Luhmann, 2000), os media não são, porém, sistemas independentes de outros sistemas sociais. A sua relação com as fontes – das áreas da política, cultura, desporto e muitas outras – é vital para a construção noticiosa (e.g. Santos, 2003). A preferência mediática por determinados tipos de fontes tem sido apontada em múltiplos estudos. Stuart Hall et al. (1978) usaram a expressão 'definição primária' para designar a capacidade de determinadas fontes determinarem os termos do debate dos assuntos nos media. Tais fontes são, tipicamente, institucionais: governo, empresas, sindicatos, etc. Por seu lado, as organizações com baixo reconhecimento público e os cidadãos têm muito menos influência sobre o discurso mediático do que estes 'definidores primários'. O tratamento jornalístico das alterações climáticas parece ser conforme a esta caracterização geral. Trumbo (1996) e Carvalho & Burgess (2005) apontaram a prevalência de fontes políticas nos media americanos e britânicos, e o capítulo 5 deste livro retrata a mesma situação relativamente à imprensa portuguesa. Este projecto de investigação demonstrou não só a superior frequência do governo como fonte como o facto de os seus pontos de vista serem muitas vezes reproduzidos na imprensa. Constatou-se, também, que o discurso das empresas é raramente ou nunca sujeito a verificação e crítica, ou a sua performance em termos de emissões de gases com efeito de estufa monitorizada pela comunicação social. Vários investigadores têm apontado a crescente dependência dos jornalistas relativamente ao material que lhes chega em forma de comunicado de imprensa, 'press kits' ou afins, produzidos por profissionais de relações públicas e assessoria de imprensa para instituições públicas e privadas (e.g. Davis, 2000). Um estudo no Reino Unido revelou que cerca de um em cada cinco artigos de jornal se baseava em parte ou totalmente em materiais produzidos por agências e profissionais de comunicação (Lewis, Williams & Franklin, 2008). Em Portugal, Vasco Ribeiro (2009) concluiu que, em quatro jornais diários portugueses (*Correio da Manhã*, *Público*, *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*), cerca de 60% das notícias publicadas entre 1990 e 2005 tinham sido induzidas por assessores de imprensa, relações públicas, consultores de comunicação, porta-vozes e outros peritos em 'spin doctoring'.

As pressões económicas a que está sujeita a produção jornalística têm vindo a agravar-se nos últimos anos com uma situação de crise económica generalizada associada a uma crescente

migração dos públicos para os formatos digitais, que não se tem conseguido rentabilizar da mesma forma que o suporte de papel. Enquanto a diminuição de receitas tem levado ao despedimento de um grande número de jornalistas, aqueles que mantêm o seu emprego enfrentam um número crescente de solicitações, tais como escrever em simultâneo para as edições em papel e digital, produzir conteúdos multimédia e escrever para blogs associados aos media. A tendência para fazer um 'jornalismo de secretária' e para se basear cada vez mais em informação pré-preparada explica-se, em parte, pelas grandes pressões de tempo que afectam a comunidade dos jornalistas.

Garcia (2009) refere-se a outro dado que deve ser aqui apontado relativamente à condição sócio-profissional actual dos jornalistas: a precariedade dos vínculos profissionais. As dificuldades que têm marcado este sector, a par com o exponencial crescimento de licenciados em comunicação social, motivaram uma grande instabilidade nas afiliações profissionais dos jornalistas que, em inúmeros casos, trabalham durante muitos anos com salários muito baixos e sem contrato de trabalho. Na sua análise das profundas alterações que a comunidade portuguesa de jornalistas tem vindo a registar nas últimas décadas, Garcia aponta, também, o processo de feminização das redacções.

As questões e tendências discutidas nesta secção marcam, com certeza, a mediatização das alterações climáticas de múltiplas formas. Nas partes remanescentes deste capítulo, procuraremos ver como isso se concretiza.

3. Metodologia

Este capítulo baseia-se em dados recolhidos através de dois métodos diferentes: entrevistas com jornalistas que publicam regularmente artigos sobre alterações climáticas e grupos focais com jornalistas e com outros profissionais de comunicação sem experiência de tratamento da questão. No âmbito deste projecto, foram solicitadas entrevistas a mais de uma dezena de jornalistas de dois jornais diários que escrevem frequentemente sobre o assunto; no entanto, apenas acederam ao pedido três desses jornalistas. Esta classe profissional tem alguma tendência para a retracção perante a possibilidade de exame ou escrutínio externo pelo que esta taxa de resposta não foi surpreendente.

As três entrevistas foram presenciais, tendo tido lugar entre Dezembro de 2007 e Fevereiro de 2008, e basearam-se num guião semi-directivo. As perguntas colocadas nas entrevistas, bem como nos grupos focais, incidiram sobre as práticas de produção noticiosa sobre alterações climáticas, incluindo os critérios de selecção, a negociação do sentido da questão nas redacções, e a relação com diferentes actores sociais/fontes.

De entre os três profissionais do *Público* e do *Correio da Manhã* que foram entrevistados (dois do sexo masculino e um do sexo feminino) um pertencia à secção Sociedade, tratando preferencialmente assuntos das áreas do Ambiente e Ciência, o segundo integrava a secção Mundo, embora tivesse anteriormente integrado a área Ciências, e o último estava associado à secção Sociedade, não tendo assuntos em que se especializasse. Face ao reduzido número de jornalistas entrevistados, os dados discutidos abaixo devem ser entendidos como meras pistas acerca da visão dos profissionais dos media acerca do tratamento das alterações climáticas.

O segundo método de recolha de dados foram os grupos focais, como referido acima. Os grupos focais são um método de entrevista em grupo. A interacção entre diferentes participantes permite analisar dinâmicas sociais e captar processos de influência que ocorrem em contextos reais e, como tal, os grupos focais oferecem algumas vantagens sobre outros métodos de estudo de opiniões e percepções (Morgan, 1997).

Foram realizadas duas sessões de grupos focais em Abril de 2007 com um total de 21 participantes (todos então estudantes no Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho). O grupo 1 era um grupo 'homogéneo' em que todos os participantes tinham, no mínimo, três anos de experiência em jornalismo, sendo seis elementos do sexo feminino e seis do sexo masculino (idade média: 32 anos). O grupo 2 era um grupo 'heterogéneo' em termos de contacto com o mundo do jornalismo, que ia de ausência de experiência a 30 anos de trabalho no meio. Os participantes que não tinham experiência de exercício do jornalismo tinham exercido outras funções profissionais na área da comunicação pelo que considerámos pertinente incluí-los na sessão. Seis participantes eram do sexo feminino e três do sexo masculino (idade média: 32 anos).

Os jornalistas de ambos os grupos focais trabalhavam numa grande variedade de meios – diários, semanários, rádio e televisão – e em órgãos como o *Expresso*, o *Diário Económico*, a RTP, a SIC, a Antena 1 e a Rádio Nova. Ao contrário dos entrevistados, estes não tinham anteriormente trabalhado regularmente a temática das alterações climáticas, embora alguns tivessem já feito peças em que a questão tinha surgido (como é o caso da erosão na costa portuguesa – participante 4). Apesar da sua falta de experiência com o tratamento das alterações climáticas, considerámos relevante perscrutar as opiniões destes jornalistas e dos outros profissionais de comunicação que integraram os grupos focais sobre a mediatização da questão e sobre o modo como hipoteticamente trabalhariam o tema.

As sessões foram iniciadas com o preenchimento de um breve questionário para caracterização dos participantes e um exercício de associação livre de palavras (este procedimento será explicado mais abaixo no capítulo), tendo-se seguido a entrevista colectiva com base em guião previamente elaborado. Foi ainda realizado um exercício com comunicados de imprensa (também detalhado mais abaixo). Cada sessão teve a duração aproximada de 1h50m.

De modo idêntico ao estudo efectuado com actores sociais (ver capítulo 4), a análise das respostas nas entrevistas e nos grupos focais foi realizada através da comparação sistemática e da criação de categorias temáticas. No caso das entrevistas, a comparação foi feita a dois níveis: a) comparação dentro de cada entrevista – comparação do discurso de cada jornalista em diferentes momentos da entrevista; b) comparação entre diferentes entrevistas – opiniões e posições expressas nas entrevistas de diferentes jornalistas. No caso dos grupos focais, o procedimento foi semelhante, tendo-se também analisado a dinâmica de interacção e inter-influência entre os participantes. A categorização assentou em dois elementos – as questões da investigação e o discurso dos participantes. O confronto sucessivo das respostas dadas às diferentes perguntas colocadas permitiu a construção de categorias temáticas que foram progressivamente ajustadas para dar conta das ideias mais significativas.

4. Percepções do jornalismo e da produção noticiosa sobre alterações climáticas

Nesta secção iremos dar conta dos principais traços da percepção dos participantes neste estudo sobre a produção noticiosa sobre alterações climáticas e a mediatização desta questão. A secção está estruturada em função dos temas que emergiram das entrevistas e dos grupos focais.

4. 1. Quadros interpretativos das alterações climáticas

Entre os jornalistas dos dois jornais diários que foram entrevistados, foram expressas duas formas de interpretação dominantes das alterações climáticas que podemos resumir do seguinte modo: 'alterações climáticas como questão científica sólida', por parte dos jornalistas 1 e 2 do jornal *Público* e 'alterações climáticas como estados do tempo estranhos' por parte do jornalista 3, do *Correio da Manhã*.

Os jornalistas do *Público* referiram-se ao 'consenso científico' (jornalista 2) em torno das alterações climáticas e analisaram o fenómeno e os seus impactos em termos idênticos aos dos relatórios do Painel Intergovernamental para as Alterações Climáticas (IPCC), tendo referido múltiplas vertentes e escalas associadas à questão.

Embora definisse as alterações climáticas como 'uma ligeira subida da temperatura', o jornalista 3 deu vários exemplos que se relacionam com o estado do tempo no espaço-alvo principal do jornal, tal como ocorrência de neve em Lisboa ou o registo de 42°C na capital. O destaque foi, portanto, para eventos atmosféricos anormais ou pouco usuais com uma maior ênfase nos 'dados em si' do que na sua explicação. Deu o seguinte exemplo: 'se o espaço da notícia for muito limitado e estiverem 42 graus em Lisboa, o destaque vai para os 42 graus em Lisboa e só depois, se houver espaço, é que se vai explicar que é resultado de o anti-ciclone dos Açores estar mais perto ou mais longe, se é uma vaga de ar quente e de onde é que vem.' Na mesma linha, referiu-se várias vezes ao Instituto de Meteorologia como fonte preferencial e mesmo aquela, de entre as potenciais fontes sobre alterações climáticas, que terá maior poder de definição da agenda no seu jornal. Em contraste, afirmou que não costuma contactar fontes ligadas à ciência (note-se, no entanto, que o Instituto de Meteorologia tem uma importante componente científica). Este jornalista expressou mesmo algumas dúvidas sobre as alterações climáticas quando referiu que a maior dificuldade que o tema coloca 'é a de sabermos se de facto há alterações climáticas ou não. Há autores que dizem que sim, há autores que dizem que não.'

Apesar das diferenças entre os dois jornais, as catástrofes 'naturais' são a dimensão das alterações climáticas considerada mais noticiável pelos profissionais tanto do jornal de referência como do jornal popular. São, portanto, privilegiadas as manifestações das alterações climáticas. Quando estas assumem dimensões extremas é expectável que integrem a agenda mediática.

A percepção dos participantes nos grupos focais relativamente às alterações climáticas expressou-se particularmente no exercício de associação livre de palavras efectuado no início de cada sessão. Neste exercício solicitou-se aos respondentes que redigissem numa folha de papel as ideias que associam às alterações climáticas em forma de palavras ou pequenas frases. A técnica de

associação livre de palavras é considerada como uma das mais apropriadas para a realização de estudos exploratórios (e.g. Szalay & Deese, 1978) na medida em que minimiza as distorções que possam ser criadas por questões fechadas utilizadas em inquéritos, sendo as respostas espontâneas e não condicionadas, e possibilitando a análise de sentidos subjectivos (Lorenzoni et al., 2006).

Nas palavras escolhidas pelos participantes, os impactos (ou, se quisermos, as manifestações) das alterações climáticas (e.g. degelo polar, calor) foram muito mais frequentes do que as causas (e.g. indústria, automóvel), com a excepção das referências à 'poluição'. Foram predominantes as referências à natureza e à ecologia, sendo escassas as menções de aspectos políticos (à excepção de 'Quioto') e sobretudo económicos (e.g. Carbono Zero, empresas), e estando ausentes as referências a aspectos sociais (e.g. migrações forçadas). Não se verificou qualquer referência a possíveis acções de mitigação. Globalmente, o tipo de palavras que estes jornalistas e profissionais de comunicação associaram às alterações climáticas não diferiu do padrão de resultados obtido num estudo prévio com a população em geral, de que se dará conta no capítulo 7.

Em conclusão, a forma como diferentes jornalistas pensam a questão das alterações climáticas difere: enquanto alguns a associam fundamentalmente à investigação científica e vêem-na como uma questão consensual e complexa, outros associam-na a estados do tempo e a manifestações afins. Isto é muito importante porque significa que, para os últimos, a saliência das alterações climáticas é função de ocorrências atmosféricas específicas.

4. 2. Estatuto simbólico das alterações climáticas e do ambiente nas organizações noticiosas

As alterações climáticas e, mais globalmente, o ambiente parecem ter estatutos simbólicos diferentes entre as organizações mediáticas cujos profissionais entrevistámos (através de entrevista unipessoal ou em situação de grupo focal).

O jornalista 1 do *Público* avaliou como 'muito elevada' a importância dada às alterações climáticas. 'No *Público*, desde o começo, todas as questões ambientais, e também as questões de ciência sempre tiveram grande destaque. Eu não tenho dúvidas. Acho que o *Público* é o jornal que mais escreve sobre alterações climáticas.'

Já o jornalista do *Correio da Manhã* afirma que a importância dada ao tema no jornal 'depende da dimensão do acontecimento; por exemplo – aqui estou a falar das questões mais meteorológicas, não tanto de alterações climáticas – mas, por exemplo, se cair neve em Lisboa, é um assunto prioritário'.

No grupo focal 1, um participante, com uma longa experiência de jornalismo num semanário de referência, referiu-se à posição relativa das questões ambientais nas redacções nos seguintes termos:

'Imaginemos que havia uma secção de Ambiente. O estatuto de uma secção de Ambiente dentro de organização jornalística é completamente diferente do estatuto uma secção de Economia. O próprio estatuto discursivo é diferente. Na Economia, estamos a falar de coisas sérias... (risos) (...) Estamos a falar de dinheiro. Vamos lá ver, a gente não anda aqui a brincar, isto dos negócios, da economia não é a brincar. E o ambiente a gente sabe que também não é, mas (...) vai-se dizer: 'pois, mas olha que o Ambiente também é'. 'Pois, está bem, está bem. Continua'. Esta incomunicabilidade deriva de estatutos que são diferentes também na avaliação da sociedade. 'Pagas ao tipo em pássaros coloridos, é?' (risos). (participante 11)

A desvalorização genérica do ambiente como matéria jornalística fica bem expressa no relato deste participante. Afirmando que é considerado 'de bom tom [para os media] fazer umas coisas sobre ambiente', reforçou o modo pejorativo como considera que este domínio é tratado: 'Há um cinismo no discurso, na retórica íntima desta profissão. E todos nós sabemos. (...) 'Isto é engraçado. Oh! Dá ali ao tipo do Ambiente.' É assim. Isto é tratado com este desrespeito profundo.'

Vários outros participantes indicaram visões semelhantes da importância relativa das questões ambientais nos meios jornalísticos nas afirmações que fizeram sobre a acção das organizações não-governamentais de defesa do ambiente e das empresas, como será discriminado em secções específicas mais abaixo.

4. 3. Relações com as fontes

A primazia jornalística das fontes institucionais e/ou oficiais é justificada pela importância para o país da informação que produzem: 'para sabermos o que é que vai ser feito no país precisamos de saber de fontes institucionais, não é?' (jornalista 2); 'Se o governo tem um plano nacional para as alterações climáticas isso é importante porque é a política nacional para o assunto' (jornalista 1). O jornalista 1 acrescentou outro factor que se prende com a cooptação de matérias por diferentes órgãos: 'Eu acho que o privilégio em relação ao oficial existe porque diz-se: "O ministro vai amanhã não sei aonde. Temos que lá ir porque ele pode dizer alguma coisa sobre isso". E mesmo que não se vá, a *Lusa* vai e, porque acompanha tudo, o seu jornal acaba por noticiar.'

Paradoxalmente, os participantes nos grupos focais (muitos dos quais jornalistas) expressaram um grau de confiança relativamente baixo face à informação fornecida pelo governo e autarquias, bem como por empresas. Tal avaliação foi formulada através de um breve questionário (uma página) que, como referido acima, foi aplicado no início de cada sessão. Os cientistas, profissionais da saúde e professores receberam notas mais elevadas na escala de confiança. Este padrão é semelhante ao da população em geral, como será discutido no capítulo 8.

As estratégias de pesquisa de informação e selecção de fontes pelos jornalistas revelou-se profundamente diferenciada, mesmo entre profissionais do mesmo jornal. Enquanto a jornalista 2 aponta a *Science*, a *Nature* e o *New Scientist* como principais alvos na sua rotina de procura de informação, o jornalista 1 criticou a excessiva dependência de alguns jornais relativamente às duas primeiras revistas e a forma como estas gerem a sua relação com os media. '[A] *Nature* e a *Science* monopolizaram o jornalismo de ciência', afirmou.

O jornalista 1 disse aceder a informação de múltiplas formas e não ter rotinas de pesquisa, recebendo muita informação por listas de distribuição, por email ou por outros canais e indo, concretamente, à procura de dados em momentos pontuais: 'vou atrás dos dados, há datas certas em que eu procuro determinadas fontes porque sei que vão sair os dados, por exemplo, das emissões de Portugal (...). O governo não faz publicidade disso, não é? Há determinadas coisas de que tem que se ir atrás.'

O jornalista 3 afirmou que adquire informação 'sobretudo através da Internet, no site do Instituto de Meteorologia, também no site do Weather Channel, e de alguns meteorologistas portugueses com alguns anos de experiência (...) também de agências de comunicação.' Disse não ser leitor assíduo de publicações sobre ciência e ambiente.

Os jornalistas reconhecem a necessidade de manter relações de confiança com as fontes para que as mesmas sejam abordadas. Tal pode reduzir a diversidade de actores sociais contactados pelos media:

Pergunta – 'Acha que é difícil diversificar as fontes?'

Jornalista 1 – 'Não é difícil, mas dá um pouquinho mais de trabalho. Dá um pouquinho mais de trabalho porque, primeiro, tem que se procurar outras fontes, depois, tem que se ganhar a confiança das fontes.'

Os riscos associados às relações de confiança foram evocados espontaneamente por uma das entrevistadas, que refere que: 'Muitas vezes, os jornalistas escrevem para as fontes (...) As fontes também querem que escrevamos o que elas querem. E há algumas que levam a mal se a gente não escreve.' (jornalista 2). Algo idêntico foi enunciado a propósito dos jornalistas especializados em determinadas áreas:

'O jornalista muito especializado começa a entrar numa relação [com a fonte] em que começa a escrever da mesma forma que a fonte, que é para agradar às próprias fontes. E quem sai prejudicado é o leitor, que é o beneficiário da notícia. No da seguinte, temos o cientista a telefonar e a dizer: "muito bem, muito bom artigo". Só que ninguém entendeu nada.' (jornalista 1)

A facilidade de acesso às fontes foi também considerada um importante factor de selecção das fontes: aquelas que são mais fáceis de contactar e que regularmente demonstram disponibilidade para falar com os jornalistas têm uma maior probabilidade de voltar a ser solicitadas. A Quercus (e, particularmente, Francisco Ferreira) foi referida pelos dois jornalistas do *Público* como correspondendo a este perfil. O jornalista 1 referiu-se também à disponibilidade do investigador Filipe Duarte Santos para aceder aos pedidos dos jornalistas.

Curiosamente, ambos os jornalistas notaram que a facilidade de acesso pode levar à não-diversificação das fontes: 'algumas fontes podem até ter algum peso excessivo, porque se tornam acessíveis' (jornalista 2); '[Uma determinada fonte] fala sempre. (...) responde a tudo. E acaba por se ir bater sempre aos mesmos' (jornalista 1).

Há uma reconhecida influência da pró-actividade das fontes no envio de comunicados, relatórios e outros documentos aos jornalistas, como veremos em maior detalhe na secção seguinte. A pró-actividade das fontes é usada para explicar tanto a sua presença nos media como a sua invisibilidade.

Pergunta – (...) 'Não se costuma ver, pelo menos nas notícias sobre Portugal, muitas ONG's a falar, para além da Quercus'.

Jornalista 2 – 'A Quercus. Há outras, mas a Quercus é, de facto, a mais interventiva em todas as questões que têm a ver com o ambiente.'

Na mesma linha, o jornalista 1 afirmou que ‘as outras organizações [ONGs] não têm estratégias de comunicação’ e é razão pela qual ‘não aparecem’ nos media.

4. 4. Percepções da comunicação estratégica de diferentes actores sociais

No capítulo 4, foram discutidas as estratégias comunicativas de diferentes actores sociais e, como vimos, enquanto alguns se manifestaram receptivos a contactos com jornalistas mas disseram não os iniciar outros têm uma significativa pró-actividade nesse contacto com os media. Qual a experiência e percepção dos jornalistas relativamente a esta questão? Como vêem os jornalistas a gestão estratégica da informação por parte de diferentes actores sociais? Que valor atribuem às informações não solicitadas que lhes chegam?

Os jornalistas entrevistados dizem receber uma grande quantidade de informação nas redacções dos jornais para que trabalham. O jornalista 1 expressou essa experiência da seguinte forma:

‘Eu recebo muita informação (...) sou bombardeado por coisas que aparecem. (...) Há instituições que querem vender o seu peixe e que emitem comunicados de imprensa. E isso, em número, é muito mais do que as fontes que eu contacto. Recebo muito mais informação do que o que eu vou à procura.’

Este entrevistado afirmou, porém, que no caso das fontes ‘que não são institucionais, que são individuais, [como os] cientistas, é mais o jornalista que vai à procura.’

Ao contrário do que se poderia imaginar, os jornalistas entrevistados caracterizaram de forma tipicamente positiva a comunicação estratégica dos actores sociais, referindo-a mesmo como factor favorável à sua selecção para a construção de notícias: ‘as fontes institucionais fazem comunicação institucional, tornam o discurso interessante...’ (jornalista 2).

O jornalista 1 apontou a pró-actividade comunicativa dos governos como factor explicativo da sua visibilidade mediática: ‘As fontes de jornalismo de ambiente (...) na maior parte são fontes dos governos. O que (...) tem uma explicação lógica, porque os governos têm maior capacidade de soltar coisas cá para fora, não é? De divulgar relatórios, de divulgar planos.’

O reconhecimento da influência dos profissionais de comunicação/relações públicas sobre o jornalismo surge também da parte do jornalista 3 que afirmou expressamente recorrer a agências de comunicação na busca de informação sobre alterações climáticas, como já referido acima.

No sentido de simular as opções que diariamente têm que ser feitas pelos jornalistas e editores, fizemos um exercício com os participantes dos grupos focais que envolveu a leitura e discussão em torno de dois comunicados de imprensa. Deliberadamente, escolhemos comunicados de instituições muito diferentes e com estilos também bastante distintos. O primeiro comunicado é da Quercus e tem como título ‘Dia Mundial do Ambiente - Quercus sensibiliza governo a escolher opções correctas’. No topo do documento lê-se: ‘No Dia Mundial do Ambiente, 5 de Junho [de 2006], a Quercus ofereceu ao Ministro do Ambiente o AMBIENTOLÓGICO, um aparelho equipado com alta tecnologia de inteligência artificial (e uma boa dose de humor), com o objectivo de auxiliar o governo a tomar decisões acertadas na área do Ambiente.’ A Quercus diz também que com ‘esta acção simbólica (...)’

pretendeu chamar a atenção sobre várias opções incorrectas que têm sido seguidas nos últimos anos' e 'apontar o caminho certo' numa série de áreas que são listadas de seguida no documento e que vão da Conservação da Natureza à Energia. Para a última área, refere-se a necessidade de aumentar a eficiência energética e aplicar de forma adequada os novos regulamentos energéticos para a habitação, entre outras medidas.

O outro comunicado é do então Ministério das Obras Públicas, Transportes e Habitação (MOPTH) e surge encabeçado pelo brasão de armas da República Portuguesa e pelo nome do ministério e as palavras 'Auditoria Ambiental'. O documento tem como título 'Movimentos pendulares na AMP; Hotel Ipanema Porto, 27 de Fevereiro de 2003'. É referido no texto que a Auditoria Ambiental é 'o organismo do MOPTH responsável por promover a integração ambiental no sector dos transportes' e também 'a representante do Ministério na Comissão Interministerial [sic] para as Alterações Climáticas e na Comissão para a Estratégia Nacional de Desenvolvimento sustentável.' O comunicado dá conta dos principais resultados de um estudo realizado no âmbito do MOPTH sobre a contribuição dos transportes na Área Metropolitana do Porto (AMP) para as emissões de gases com efeito de estufa (GEE). São apresentados dados quantitativos (números e percentagens) que apontam para a prevalência do transporte rodoviário individual. O documento termina com referências ao Sistema de Metropolitano Ligeiro da AMP que, refere-se, pretende captar tráfego ao transporte rodoviário 'traduzindo-se num sistema de transportes urbanos mais eficiente do ponto de vista energético e das emissões de GEEs'.

No debate que se seguiu à leitura dos dois comunicados, emergiram múltiplas questões de relevo associadas às estratégias de comunicação de diferentes actores sociais, tais como a credibilidade da mensagem e dos seus autores, a 'autoridade' associada a um determinado estilo e o trabalho jornalístico envolvido no tratamento de determinadas formas de comunicação.

O risco de desvalorização jornalística associado a determinadas opções comunicativas está expresso nas palavras do participante 11, com grande experiência de jornalismo: 'Isto da Quercus é um fait-divers, não é? É fácil de ver que vai para a secção de fait-divers. Como uma curiosidade: "olha que engraçado".' De modo semelhante, o participante 4 antecipou que o comunicado da Quercus fosse reduzido à sua dimensão visual: 'o que passa é a fotografia com o ambientológico. E, portanto, o texto, por muito que possa conter...'. É fácil adivinhar a conclusão desta frase inacabada.

O participante 11 referiu-se também ao que considera ser um paradoxo – o estilo humorístico da mensagem e a complexidade/gravidade das questões:

Participante 11 – 'Aqui não há problematização... o jogo do ambientológico ou do ambientómetro, este jogo depois, não joga a cara com a careta. Das duas, uma: ou a gente fica na graçola e então é eficaz. A graçola sai, a graçola passa. Ou então problematizamos. Porque a questão... da forma como está colocada, não parece de ordem a poder ser aligeirada e depois tornada respeitável, não é? Há aqui uma contradição de termos.'

Estas observações sugerem que a estratégia de 'espectacularização' adoptada por muitas ONGs não é produtiva em termos mediáticos porque se por um lado tem algum apelo pelo seu carácter inesperado por outro lado pode gerar algum descrédito jornalístico. Há também uma crítica à percepção que as ONGs têm do seu impacto mediático: 'E depois vão medir a sua eficácia como

entendida, dizendo que não sei quantos jornais e não sei quantas câmaras de televisão pegaram na sua graçola e isso é bom lá para o senhor da Quercus...' (participante 11).

Apesar disto, é referido que o comunicado da Quercus poderia estimular a pesquisa jornalística mas essa opção é descartada face às condições reais do exercício do jornalismo:

Participante 11 – 'Mas isto é em guião para a investigação, repara. Diz aqui, a opção correcta, está-se mesmo a ver, claro, passa por aplicar de forma adequada os novos regulamentos energéticos. Claro que isto é evidente. O que não é evidente é se eles estão a ser aplicados. Podemos é, do ponto de vista jornalístico, ir lá ver, telefonar para a Quercus e dizer: "explique-me lá que conversa é esta de aplicar de forma... Que regulamentos é que não são aplicados?". E vamos fazer uma reportagem sobre regulamentos que não são aplicados. Mas isto, para já, dá uma trabalhadeira.'

Relativamente ao comunicado do Ministério das Obras Públicas, Transportes e Habitação, começou por ser apontado o facto do 'selo' (brasão de armas) da República 'forçar' a atenção jornalística 'com este selo (...): alto! Ministério das Obras Públicas... daqui já não me safo nunca.' (participante 11). Várias pessoas destacaram o recurso que Ministério das Obras Públicas fez dos números: 'faz uma apologia do metro, sustentando-se em números' (participante 1); ' Usa a estratégia dos números...' (participante 8); '[Os números] agradam às pessoas (...); medem' (participante 19).

O participante 4, jornalista de televisão, referiu que, nesse meio, 'teríamos que ir buscar o soundbyte que justificava "devem usar o metro porque"....'. O participante 11, ligado ao jornalismo impresso, disse que 'como editor, eu faria uma notícia sobre isto [do Ministério das Obras Públicas] e uma breve sobre isto [da Quercus]. Uma notícia com isto porque se calhar até telefonas e o ministro ou o secretário de Estado lá te informa... para fazer uma declaração a dizer o que está aqui.' Este participante ironiza:

'Nunca me lembrarei de perguntar quanto é que custa um bilhete de metro – que por acaso é proibitivo para a generalidade das pessoas – nunca me lembrarei de perguntar quais são os seus horários, quais são as carreiras (...) E não podia adivinhar – embora pudesse, embora pudesse – que três anos mais tarde¹ vão ser extintas 14 linhas de autocarro na cidade do Porto. (...) Agora, isto tem selo... tem selo...'

4. 5. Conhecimento científico e mediatização

Nas entrevistas e nas sessões dos grupos focais, procurou-se conhecer a percepção dos inquiridos relativamente a diferentes tipos de actores sociais que se perfilam como relevantes para o tratamento jornalístico das alterações climáticas. Assim, esta secção e as duas seguintes centram-se, respectivamente, sobre a comunidade científica, as organizações não-governamentais de defesa do ambiente e as empresas.

Como seria de prever, dada a natureza das alterações climáticas, os jornalistas entrevistados valorizaram os cientistas como fonte de informação sobre alterações climáticas. O jornalista 1 considerou mesmo que as alterações climáticas 'são um dos assuntos em que os especialistas têm

¹ Refere-se a 2006. Recorde-se que o comunicado é de 2003 e que as sessões de grupos focais tiveram lugar em 2007.

mais importância. Como existe muita falta de consenso político, perguntamo-nos: 'onde está o cientista que vai me orientar nisso?' O jornalista 3 considerou os especialistas especialmente importantes como fontes de 'dados, números, dados concretos'.

Um dos critérios de avaliação da credibilidade das fontes ligadas à investigação científica é a publicação 'numa revista com peer review, numa revista conhecida e conceituada', segundo a jornalista 2. No entanto, tal como o jornalista 1, considerou que este não é um imperativo, desde que se 'reconheça competência' à fonte.

Tradicionalmente, a ciência investia menos do que outras áreas na promoção mediática. No entanto, como referido anteriormente, essa é uma realidade que tem vindo a mudar:

'A ciência das alterações climáticas faz-se aos poucos, quer dizer, não se avança tanto em termos de conclusões como os jornais gostariam, não é? Então, a própria ciência, a própria comunidade científica trata de apimentar, por vezes, os seus relatórios, os seus comunicados de imprensa.' (Jornalista 1)

O jornalista 1 criticou a forma como algumas entidades, como as prestigiadas revistas *Science* e *Nature*, procuram marcar a agenda mediática, através da publicação estratégica de artigos sobre determinados temas em momentos politicamente sensíveis e da disseminação de informação à comunicação social com uma política de embargo dos artigos durante um determinado período de tempo.

Por outro lado, o mesmo jornalista considerou válida a organização das universidades no sentido de divulgar melhor a sua investigação e de apresentar nomes de investigadores especializados em diferentes temas que estejam disponíveis para falar com jornalistas, considerando mesmo que tal poderia contribuir para aumentar a diversidade de fontes mediáticas: 'Em Portugal, o meio científico é sempre um pouco relutante. (...) aparecem universidades que querem promover os seus trabalhos... mas é pouco. Nos Estados Unidos isso é muito mais forte, não é? E eu acho muito bem. Assim, abre-se mais o leque.'

Apesar do investimento que as universidades portuguesas têm feito na comunicação institucional sobre a investigação que desenvolvem, através de gabinetes de comunicação com profissionais da área, o jornalista 1 considerou que em muitos casos as universidades 'divulgam mal' e referiu-se negativamente a um exemplo de uma universidade que disseminou um estudo que 'não estava publicado, não estava terminado, não tinha dados validados'. E acrescentou: 'Há um corpo grande de cientistas que gostaria de ver o seu trabalho mais divulgado mas não sabem como fazer. Não sabem e as instituições em que estão também não fazem.'

O tratamento jornalístico do conhecimento científico sobre alterações climáticas apresenta várias dificuldades. Um dos problemas apontadas pelos participantes nas sessões dos grupos focais diz respeito às várias escalas geográficas envolvidas. O jornalismo busca acontecimentos que ocorrem em locais concretos; no entanto, o conhecimento científico não permite fazer a atribuição de ocorrências locais específicas à intensificação do efeito de estufa e os cientistas evitam estabelecer esse laço. A frustração jornalística é especialmente clara nas palavras de um jornalista de televisão:

Participante 4 – ‘ainda não encontrei nenhum cientista que me dissesse: ‘isto tem a ver com o aquecimento global’. E eu penso que isso é um dos grandes problemas da comunicação mediática deste assunto. Ou seja, não é possível, cientificamente sequer, estabelecer, além da futurologia e das frases genéricas acerca do tal fenómeno global, depois, o fenómeno local, que nós possamos perceber... (...) Eu acho que o grande problema em torno da discussão do aquecimento global é que o aquecimento é global, mas os problemas são locais. E, portanto, as pessoas dificilmente percebem... (...) não há provas tangíveis de que aquilo seja, de facto, por causa do aquecimento global.’

Participante 8 – ‘Parece que, quando falamos de aquecimento global, falamos de problemas dos outros e não do nosso problema. (...) as notícias [sugerem que] é um problema, mas se calhar não nos atinge assim tanto, por confronto com a questão do local, não é?’

Participante 4 – ‘Qual é a imagem que nós, na televisão, vamos buscar para simbolizar o aquecimento global, normalmente? (...) Eu digo-lhes: o degelo polar. É óbvio. E onde é que fica o degelo polar? É aqui ao nosso lado? É que esse é o único que os cientistas atribuem: “isto está a acontecer por causa do aquecimento global.”’

Outra das dificuldades referidas foi a não-linearidade entre causas e efeitos das alterações climáticas e a falta de vozes da comunidade científica que façam a ligação entre as duas coisas:

Participante 4 – ‘A que é que isto se deve? Isto deve-se àquela fábrica que faz isto aqui? A esta fábrica, aos carros que existem na cidade, à poluição? (...) O problema é que é sempre um discurso muito vago. (...) Eu penso que o grande problema do discurso dos cientistas é a demonstração cabal de que este comportamento que você tem localmente afecta, vai afectá-lo, mais tarde ou mais cedo.’

O estilo de comunicação da comunidade científica foi apontado como uma barreira. Na análise da participante 1, terá havido uma alteração na cimeira em que foi lançado o 4º Relatório de Avaliação do IPCC (Painel Intergovernamental para as Alterações Climáticas) em Paris:

Participante 1 – ‘Os cientistas têm um discursos muito técnico. (...) não é um discurso acessível. O que aconteceu em Paris é que subitamente os cientistas fizeram o discurso muito idêntico ao das organizações não governamentais, mais radical, muito mais incisivo e a dizer: ‘há isto e vai acontecer isto daqui a x anos’ (...). Tornou-se mais acessível, mas ao mesmo tempo, tornou-se muito mais radical, muito mais duro.’

Esta participante aprova o que diz ser uma aproximação do discurso científico por altura do lançamento do último relatório do IPCC do discurso das organizações ambientais. Ironicamente, como veremos, a mesma participante formula duras críticas relativamente ao último.

4. 6. Activismo e jornalismo

As organizações não-governamentais (ONGs) de defesa do ambiente têm como missão contribuir para a protecção do meio ambiente. Dado que não ocupam uma posição formal de poder, as ONGs vêm nos media uma das principais arenas de intervenção. Como percebem os jornalistas estas organizações e as suas formas de comunicação?

O jornalista 1 afirmou que ‘para os jornalistas, as ONGs são credíveis porque estão a defender o interesse público.’ No entanto, nas sessões dos grupos focais, as referências às organizações ambientais foram bastante diferentes. Quase todas as considerações foram críticas relativamente a estas e foram apresentadas pelos participantes como sendo o pensamento dos cidadãos ‘comuns’.

As palavras da participante 1 são exemplificativas: 'As organizações não governamentais são vistas como extremistas, não credíveis, não é? (...) São aqueles tipos que chateiam sempre que se quer construir alguma coisa. Basicamente, é essa a ideia do senso comum.' Extremismo, falta de credibilidade e oposição ao desenvolvimento foram características repetidamente referidas. Veja-se como, na seguinte interacção entre duas participantes, é criada uma oposição entre protecção da natureza e progresso material e como um certo 'senso comum' do jornalismo/dos jornalistas é representado como o 'senso comum' das 'pessoas'.

Participante 1 – 'Provavelmente o problema está nas estratégias que desenvolvem sobre outros assuntos. Colocam a imagem deles em causa, não é? Quer dizer, se eu tenho uma organização ambientalista – o exemplo que vou dar é um facto – que impede a construção de uma estrada porque está a perturbar um ninho de ratos, é completamente... (risos). Depois, perdem a credibilidade para outras coisas, não é? As pessoas acham que é ridículo.'

Moderadora – 'Mesmo que seja uma espécie de ratos que só existe ali?'

Participante 1 – 'Só que há o senso comum.' (...)

Participante 8 – 'Quando eles mexem com os empregos das pessoas... ou seja, agora a fábrica do Ikea, em Paços de Ferreira, que vai ser construída em reserva natural, a Quercus vai interpor um processo em tribunal. Para as pessoas, para a opinião pública, principalmente de Paços de Ferreira, é uma ameaça, são menos mil postos de trabalho ali na região, não é?'

Participante 1 – 'E noutros aspectos em que poderão ter algum ganho, ficam....'

Participante 8 – '... têm toda a legitimidade para defenderem a reserva natural, atenção.'

A última intervenção da participante 8 mostra como é negociado o sentido da protecção ambiental com um reconhecimento da sua legitimidade (legal, moral?) após a mesma ter sido contrariada com base em razões sociais.

Outros participantes referiram-se também à desvalorização do ambiente por parte do público. Por exemplo, a propósito de alterações no plano de construção de uma estrada para proteger lobos que vivem numa região montanhosa, o participante 2 disse que '(...) as pessoas perguntam: 'mas vamos gastar milhões de euros do nosso dinheiro por causa de meia dúzia de lobos?'. Por sua vez, o participante argumentou que 'as pessoas só entendem uma linguagem (...): a do bolso.'

À crítica das estratégias de comunicação das organizações ambientais é também associada uma crítica do jornalismo, como se evidencia no excerto seguinte:

Participante 3 – 'Algumas organizações tipo Greenpeace e Quercus... algumas das acções têm sido contraproducentes, na medida em que exageram no mediatismo, na encenação e criam nas pessoas uma sensação de... fraude.'

Participante 9 – 'Palhaçada.'

Participante 3 – 'De fraude, de palhaçada, porque depois o discurso exagerado é facilmente desconstruído por quem está do outro lado.'

Participante 10 – 'Mas é muito aproveitado pelos meios de comunicação...'

Participante 3 – 'Exactamente.'

Participante 10 – 'Porque serve o objectivo espectacular.'

Num outro exemplo, a participante 19 referiu-se ao esvaziamento da mensagem das organizações não-governamentais e, novamente, aludiu à responsabilidade jornalística:

Há tempos (...) a Quercus pôs uma faixa (...) na Ponte D. Luís, no Porto, sobre qualquer coisa de ambiente. Eu fiquei com a noção de que a Quercus colocou uma faixa e chamou os jornalistas. Eu não sei foi é o que a Quercus lá escreveu. Eu sei que era qualquer coisa sobre ambiente, que foi noticiado, porque foi um evento, não é? Foi bombástico porque eles puseram uma faixa a dizer

qualquer coisa sobre ambiente, só que onde está o conteúdo? Depois também não houve, se calhar, por parte dos jornais... noticiaram o evento, só que depois não houve...'

4. 7. O poder económico e os media

As empresas são agentes cruciais relativamente à questão das alterações climáticas. Uma fasquia muito significativa das emissões de gases com efeito de estufa resulta da sua actividade pelo que, se a responsabilidade das empresas é evidente, é também certa a sua possibilidade de desenvolver medidas de mitigação. Como vêem os jornalistas a representação das empresas no jornalismo sobre alterações climáticas? Como percebem as suas práticas de comunicação?

As empresas têm vindo a tornar-se mais pró-activas na comunicação sobre alterações climáticas, em particular as grandes empresas. O jornalista 1 considerou, aliás, que, actualmente, 'quem não fala [publicamente sobre alterações climáticas] são [apenas] as pequenas empresas'. Vários entrevistados referiram-se à integração de considerações ambientais no discurso das empresas como estando associado a uma tentativa de parecer 'verde' que nem sempre corresponde a uma mudança efectiva de práticas. As empresas 'aproveitam a onda' (jornalista 2) dos discursos de protecção ambiental, sobretudo as 'vilãs, que são as maiores emissoras. Toda a empresa que trabalha com petróleo, com gasolina, teve que se modificar. Passaram a ser também empresas verdes, que apostam nas energias renováveis, que apostam nas eólicas' (jornalista 1). Tal poderá estar associado, segundo o jornalista 1, a vários tipos de motivações:

'Em algumas, entrou de uma forma colateral porque estavam interessadas em melhorar a sua performance, em poupar energia, e descobriram que isso podia melhorar a sua performance ambiental; mas a motivação eram os resultados operacionais. Outras, porque tinham, de facto, uma responsabilidade social e queriam realmente fazer alguma coisa para ajudar; outros, porque a concorrência estava a fazer.'

Em muitos casos, notou a jornalista 2, o discurso empresarial é uma forma de 'green washing (...) e muitos dos anúncios e notícias são fachada'.

Mas será fácil para os jornalistas denunciar os reais contributos das empresas para as alterações climáticas e as suas falhas por acção ou por omissão? Este tema foi particularmente aprofundado nas sessões dos grupos focais e os participantes apontaram vários obstáculos que impedem ou, pelo menos, limitam a exposição da responsabilidade empresarial por parte dos profissionais dos media. Por um lado, as empresas surgem associadas a um estatuto social que as torna incriticáveis.

Participante 7 – 'Acho complicado [denunciar responsabilidades empresariais]. Hoje só se faz ambiente se for para bater no governo. Porque se for para bater na fábrica, não se vai fazer.'

Por outro lado, foram também referidas dependências entre os poderes políticos e económicos como impeditivas do trabalho jornalístico.

Moderadora – 'Se alguém quisesse falar das responsabilidades da EDP e da Galp sobre esta matéria, não era possível? (...)'

Participante 1 – 'Há uma relação muito estreita entre o poder político e a vertente económica destas coisas, não é? Dou-lhe o exemplo da refinaria de Leça. A conexão que há entre Câmara, portanto, poder político, o governo, não é?... Portanto, quando acontece alguma coisa, está tudo

bem, não é? E, quando acontece alguma coisa, há aqui uma articulação muito forte em que, às vezes, é a Câmara que defende acerrimamente a empresa, que nem tem que abrir a boca. Portanto, há aqui uma... há outros interesses entre o poder político e o poder económico, que fazem com que as coisas...'

Os jornalistas disseram também confrontar-se com falta de fontes que estejam disponíveis para expor problemas e apontar o dedo a empresas.

Participante 8 – 'Nessa questão, às vezes é difícil para o jornalista encontrar uma fonte credível que lhe diga exactamente isso, em vivo e não em off. Porque se a administração da Galp me diz que está tudo bem, o presidente da Câmara de Matosinhos diz que está tudo fantástico, para a associação de trabalhadores também não há problema nenhum... Como é que...?'

Participante 1 – 'E vais falar com a Quercus, também não há...'

Participante 8 – '... a Quercus também não... Suspeitando que há algum problema, como é que eu ponho isso no ar se eu não tenho nenhuma fonte que dê a cara por isso? Não posso ser eu a dar a cara, porque senão deixava de ser reportagem e passava a ser opinião. Essa é que é a dificuldade.'

Finalmente, foram também apontadas razões de natureza ideológica para explicar a ausência de crítica jornalística relativamente aos grandes emissores de gases com efeito de estufa. Segundo o participante 7, o discurso do crescimento ilimitado tem bastantes adeptos nos meios jornalísticos: 'Boa parte dos jornalistas, na verdade, está de acordo com esse discurso de que o progresso está acima... (...) Muitos deles até alinham nesse discurso desenvolvimentista e desenfreado.'

4. 8. Contingências profissionais e organizacionais

O jornalismo é produzido no âmbito de organizações concretas e as suas dinâmicas e culturas funcionam inevitavelmente como constrangimentos para a prática do jornalista. Na secção anterior, foram já referidas algumas dessas pressões e limitações, que redundam numa relativa falta de liberdade dos jornalistas na organização a que pertencem. Como referiram os participantes 7 e 9, os jornalistas são 'funcionários' que têm que 'alinhar' com as orientações do órgão para que trabalham. Nas palavras do participante 4, 'quando falamos dos jornalistas, não estamos a falar apenas do jornalista individual, mas da corporação que alberga o jornalista (...) o grande problema (...) é a lógica de funcionamento da sua empresa, as lógicas escondidas'. Este jornalista sugeriu que, se não há mais trabalho jornalístico de investigação sobre a responsabilidade empresarial, por exemplo, a explicação pode ser encontrada nas empresas mediáticas e não nos jornalistas individualmente considerados:

'Todos os assuntos, à partida, são investigáveis. A questão é que condições são dadas, ou existem, para investigar. (...) A questão é se de facto as empresas jornalísticas (...) estão a patrocinar ou não os esforços dos jornalistas que estão a investigar. Agora, o que me parece é que é aí que a porca torce o rabo, se me permitem a expressão.'

Para além disso, entre os participantes dos grupos focais, evidenciou-se a extrema dificuldade em desenvolver práticas alternativas de pesquisa e produção de informação devido às condições profissionais e organizacionais, nomeadamente as frágeis condições contratuais em que uma grande parte dos jornalistas se encontram, em particular os mais novos, e ao excessivo poder das hierarquias.

Atentemos nas palavras de um jornalista já reformado (participante 21) e de uma jovem profissional (participante 17):

‘Eu já estou há quatro anos fora das redacções (...) mas tenho a impressão que a hierarquização dentro do jornal se rigidificou muito (...) os jornalistas estão, hoje, mais no extremo de uma cadeia de comando do que estavam. Eu ainda sou do tempo em que a gente quase insultava o director, quando o director fazia mal. (...) Hoje, acabou. Os jornalistas estão muito diante do poder e caladinhos, se não o salário vai à vida.’ (participante 21)

Este estado de coisas sujeita, alegadamente, os jornalistas a obedecer a ordens e a servir interesses:

‘Eu não tenho grande experiência de jornalismo, mas realmente não tinha palavra nenhuma quando estive a fazer o meu estágio (...) Uma vez, eu e [uma colega] fomos cobrir uma coisa que achávamos que não deveríamos ir cobrir e tivemos que ir e depois tivemos que arranjar uma notícia fabricada, que depois ainda foi re-fabricada.’ (participante 17)

Para além da precariedade profissional, outro jornalista (participante 16) referiu-se a uma ‘situação de fragmentação da classe’, considerando que a falta de união e coesão acentua a vulnerabilidade individual.

5. Conclusões

Neste capítulo, começámos por reflectir sobre as práticas jornalísticas em torno das questões ambientais com base na literatura existente, tendo depois analisado a percepção de jornalistas portugueses sobre o trabalho de cobertura das alterações climáticas. Das entrevistas e grupos focais emergiram perspectivas que são nalguns aspectos divergentes e noutros coincidentes, reflectindo diferenças entre as concepções individuais dos jornalistas mas também a multiplicidade de culturas organizacionais e políticas editoriais no panorama mediático nacional.

As interpretações das alterações climáticas parecem variar bastante entre os jornalistas. Enquanto alguns a inscrevem na ciência e a vêem como uma questão complexa e multifacetada que diz, sobretudo, respeito ao futuro, outros vêem-na pelo prisma das suas manifestações (ou seja, ocorrências presentes ou no passado recente) a nível meteorológico e de outros impactos afins (cf. Sachsman, Simon & Valenti, 2004). Isto pode significar que, nalguns casos, as alterações climáticas não conquistem espaço jornalístico senão em associação com estados do tempo invulgares (e vice-versa: que possa haver uma tendência para atribuir tais estados do tempo às alterações climáticas). Por outro lado, uma percepção assente em manifestações/impactos é potencialmente redutora, podendo excluir outras dimensões essenciais da questão (por exemplo, as múltiplas práticas que estão na sua origem e as formas de mitigação).

Enquanto as entrevistas e as sessões dos grupos focais nos permitiram captar (em parte) o pensamento dos indivíduos foram também apontadas inúmeras pistas para pensar factores organizacionais associados ao trabalho jornalístico. Vejamos como. A importância das alterações climáticas e, mais globalmente, das questões ambientais nas organizações mediáticas parece ser bastante variável. Enquanto num jornal como o *Público* o estatuto dessas questões é sentido como elevado pelos jornalistas, em vários outros media grassa uma cultura de desvalorização do ambiente,

o que provavelmente tem impacto sobre a selecção das temáticas a noticiar. Num contexto profissional que menospreza o ambiente, as alterações climáticas (e outras matérias) poderão requerer o 'prestígio' das elites (sobretudo as políticas) para ascender à agenda mediática. No entanto, esta cultura jornalística de não-apreciação do ambiente poderá estar em mutação à medida que o ambiente penetra crescentemente as agendas políticas e os discursos empresariais (e é, porventura, apropriado por estes).

O impacto do poder económico sobre a prática jornalística foi considerado limitador da possibilidade de noticiar certas questões e denunciar algumas responsabilidades. Os participantes nos grupos focais destacaram a dependência das empresas jornalísticas relativamente aos agentes económicos e a necessidade de os jornalistas funcionarem dentro dos limites que a sua organização define. Mais globalmente, foram apontados factores relacionados com as condições de emprego e as relações hierárquicas nas organizações jornalísticas como impeditivos de um trabalho mais investigativo e crítico. Muitos participantes sentem que existe pouco espaço para inovar e que o jornalista é um mero 'peão' numa posição de subalternidade face às respectivas chefias. A economia política dos media na actualidade, tal como discutida na parte inicial deste capítulo, contribuirá, certamente, para este estado de coisas (Garcia, 2009).

O contacto dos jornalistas com as fontes é essencial para a produção noticiosa. A pesquisa que desenvolvemos permitiu identificar, para além do governo e dos cientistas, outras fontes importantes, como o Instituto de Meteorologia, referido como a principal fonte para o *Correio da Manhã*, um dos meios de comunicação analisados no capítulo 5. Este estudo permitiu confirmar a importância da relação de confiança entre jornalistas e fontes, que pode mesmo resultar em excessiva cumplicidade. Para além disso, os jornalistas com quem falámos relevaram a importância da facilidade de acesso às fontes, que pode, segundo os entrevistados, ser uma das explicações para visibilidade de algumas, como Francisco Ferreira da Quercus e o investigador Francisco Duarte Santos, e a ausência de outras. A pró-actividade das fontes na comunicação com os jornalistas foi também considerada um factor favorável à sua representação nos media.

É de destacar a forma como os jornalistas valorizaram, pela positiva, a actividade de comunicação estratégica de diferentes actores sociais. Apesar de serem 'bombardeados' por materiais de comunicação (cf. Ribeiro, 2009), os jornalistas consideraram útil que indivíduos e instituições, como os cientistas e as universidades, se organizem no sentido de comunicar regular e adequadamente com os media. No entanto, nem todos os estilos ou estratégias de comunicação obtêm receptividade jornalística. Através de um exercício com comunicados de imprensa, verificámos que o humor, ironia ou 'espectáculo' que, com frequência, é usado pelas organizações não-governamentais de defesa do ambiente podem gerar descrédito nos meios jornalísticos.

Estas organizações não-governamentais parecem ter uma imagem predominantemente negativa entre os jornalistas não-especializados em ambiente ou ciência que integraram os grupos focais. As ONGs foram consideradas por vários como forças de bloqueio ao desenvolvimento que, de modo sistemático, se opõem a projectos que podem contribuir para o crescimento económico e para o emprego (curiosamente, os jornalistas referiram-se sempre a esta ideia como sendo o 'senso comum': aquilo que o público pensa). Por oposição, os participantes nos grupos focais consideraram

que há um conjunto de factores que, de alguma forma, 'protege' ou 'torna imunes' as empresas ao perscrutamento jornalístico que lhes possa ser desfavorável: tais factores incluem a dependência entre poderes políticos e económicos, bem como dos media relativamente aos agentes económicos, como referido acima.

O tratamento jornalístico da ciência das alterações climáticas foi objecto de ampla análise por parte dos participantes deste estudo. Daí relevou a importância dos critérios jornalísticos de proximidade geográfica, proximidade temporal (novidade) e atribuição (cf. Wilkins & Paterson, 1990; Hansen, 2004; Smith, 2005), tendo o carácter global e a causalidade difusa das alterações climáticas sido apresentados como barreiras à sua transformação em notícia.

Finalmente, refira-se um outro aspecto que marca o trabalho jornalístico: as visões do público e dos seus interesses. Vindo ao encontro das referências que fizemos no início deste capítulo à 'intuição' dos jornalistas sobre os valores e expectativas do seu público, nas sessões dos grupos focais, os participantes referiram-se frequentemente ao que consideravam ser as opiniões e preferências do público: 'as pessoas acham', 'as pessoas não percebem', 'as pessoas querem'. Por vezes, esta linguagem era substituída pelos termos 'nós' ou 'todos nós'. As posições e visões dos profissionais de comunicação eram assim implicitamente associadas ou legitimadas por referência a noções de interesse do público, mais do que 'interesse público'. Tal é particularmente notório no que diz respeito à importância relativa do ambiente e às organizações ambientais. A relação de mútua influência entre o discurso mediático e as representações sociais (que serão objecto do próximo capítulo) surge aqui indiciada. Note-se, no entanto, que esta percepção dos jornalistas não se funda em dados concretos sobre a percepção dos cidadãos mas antes em certas ideias sobre o 'senso comum'. Estaremos, afinal, a falar de sistemas de ideias e de valores que são naturalizados e que funcionam como lentes jornalísticas para ver a realidade, incluindo o público.

Referências bibliográficas

- Boykoff, M. & Boykoff, J. (2004) 'Balance as bias: Global warming and the US prestige press', *Global Environmental Change* 14: 125-36.
- Boykoff, M. & Boykoff, J. (2007) 'Climate change and journalistic norms: A case-study of US mass-media coverage', *Geoforum* 38: 1190-204.
- Carvalho, A. (2007) 'Ideological cultures and media discourses on scientific knowledge. Re-reading news on climate change', *Public Understanding of Science* 16: 223-43.
- Carvalho, A. & Burgess, J. (2005) 'Cultural circuits of climate change in UK broadsheet newspapers, 1985-2003', *Risk Analysis* 25 (6): 1457-69.
- Davis, A. (2000) 'Public relations, news production and changing patterns of source access in the British national press', *Media, Culture & Society* 22 (1): 39-59.
- Einsiedel, E. & Coughlan, E. (1993) 'The Canadian press and the environment: reconstructing a social reality', in A. Hansen (ed.) *The Mass Media and Environmental Issues*, pp. 134-49, Leicester: Leicester University Press.

- Gans, H. (1979) *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, New York: Pantheon.
- Garcia, J. L. (2009) *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: Metamorfoses e Encruzilhadas no Limiar do Século XXI*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais / Universidade de Lisboa.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. & Roberts, B. (1978) *Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order*, London: Macmillan.
- Hansen, A. (1994) 'Journalistic practices and science reporting in the British press', *Public Understanding of Science* 3: 111-34.
- Lewis, J., Williams, A. & Franklin, B. (2008) 'A compromised fourth estate? UK news journalism, public relations and news sources', *Journalism Studies* 9 (1): 1-20.
- Lorenzoni, I., Leiserowitz, A., Doria, M.F., Poortinga, W. & Pidgeon, N.F. (2006) 'Cross-national comparisons of image associations with 'global warming' and 'climate change' among lay people in the United States of America and Great Britain', *Journal of Risk Research* 9 (3): 265-81.
- Luhmann, N. (2000) *The Reality of the Mass Media*, Cambridge: Polity Press.
- Mazur, A. & J. Lee (1993) 'Sounding the global alarm. Environmental issues in the United States national news', *Social Studies of Science* 23 (4): 681-720.
- Morgan, D. (1997) *Focus Groups as Qualitative Research*, Thousand Oaks, CA, London and New Delhi: Sage.
- Ribeiro, V. (2009) *Fontes Sofisticadas de Informação*, Lisboa: Media XXI.
- Sachsman, D.B., Simon, J., & Valenti, J.M. (2004) 'Risk and the environment reporters: A four-region analysis', *Public Understanding of Science* 13: 399-416.
- Santos, R. (2003) *Jornalistas e Fontes de Informação*, Coimbra: Minerva.
- Slovic, P., Finucane, M.L., Peters, E. & MacGregor, D.C. (2002) 'The affect heuristic,' in T. Gilovich, D. Griffin & D. Kahneman (eds.) *Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment*, pp. 397-420, New York: Cambridge University Press.
- Smith, J. (2005) 'Dangerous news: Media decision making about climate change risk', *Risk Analysis*, 25 (6): 1471-82.
- Szalay, L. B. & Deese, J. (1978) *Subjective Meaning and Culture: An Assessment Through Word Associations*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Trumbo, C. (1996) 'Constructing climate change: Claims and frames in US news coverage of an environmental issue', *Public Understanding of Science* 5: 269-73.
- Tuchman, G. (1973) 'Making news by doing work: routinizing the unexpected', *American Journal of Sociology* 79: 110-31.
- Tuchman, G. (1978) *Making News. A Study in the Construction of Reality*, New York: Free Press.
- Wilkins, L. & Patterson, P. (1990) 'Risky business: covering slow-onset hazards as rapidly developing news', *Political Communication and Persuasion* 7: 11-23.
- Wilkins, L. (1993) 'Between facts and values: Print media coverage of the greenhouse effect, 1987-1990', *Public Understanding of Science* 2 (1): 71-84.
- Wilson, K. (2000) 'Drought, debate, and uncertainty: measuring reporters' knowledge and ignorance about climate change', *Public Understanding of Science* 9: 1-13

White, D. M. (1950) 'The gatekeeper: A case study in the selection of news', *Journalism Quarterly* 27 (4): 383-90.